

'Geen perfect afgerichte politici'

De Morgen

Rijkelijk laat hebben politici, sommigen tot hun spijt, ontdekt dat hoe ze overkomen doorslaggevend kan zijn om kiezers over de streep te trekken. En sindsdien hebben mediatrainers veel werk. "De laatste weken heb ik meer politici dan gewoonlijk getraind", zegt topmediatrainner Evert Van Wijk. Zo'n training gaat voor 70 procent over argumentatietechnieken en trucs om in debatten en interviews overeind te blijven en om snode vragen van journalisten in het eigen voordeel

om te buigen. De rest van de aandacht en energie steken trainer en 'student' in lichaamstaal. Van Wijk: "Dat gaat van stemvolume tot oogbewegingen. Wie te luid spreekt, komt drammerig over en laat te veel zien dat hij absoluut zijn ideeën erdoor wil duwen. En wie de neiging heeft vaak de ogen neer te slaan, maakt geen goede indruk. Dat lijkt alsof je je schaamt of alsof je iets te verbergen hebt. Je wendt je ogen beter opzij af, dat geeft eerder de boodschap dat je

nadenkt." In het algemeen hamert Van Wijk op rustig en evenwichtig overkomen en op lachen in plaats van kwaad worden. Van Wijk: "Toen Ad Melkert in een tv-debat met Pim Fortuyn zijn kwaadheid niet kon verbergen wist je al dat Melkert het kon vergeten. Iemand die kwaad wordt, kan zich niet beheersen en wie wil nu stemmen op een politicus die zichzelf niet in de hand heeft? Anderzijds moeten veel politici meer leren lachen. Het ontspant hen en je geeft er ook mee te kennen

dat je wel lol hebt in je job. Ook dat trekt het publiek aan." Toch is Van Wijk niet te vinden voor perfect 'afgerichte' politici. "Behalve een typische fouten wegwerken, zoals als een stalen Jezus in de camera kijken en nauwelijks gezichtsmimiek gebruiken of je tegenstrever niet durven aan te kijken, moet je als politicus absoluut je eigen stijl behouden. Ben je geen moppentapper of gezelligheidsmens, probeer dan ook niet de clown uit te hangen." (BDB)

Communicatiespecialist: 'Dit raakt Quick in kern van hun bestaan'

Het Nieuwsblad

'De hygiëne en de kwaliteit van de hamburgers is dé reden van bestaan voor Quick', zegt communicatiespecialist Evert Van Wijk, die verschillende bedrijven bijstaat in hun communicatie. 'Daar mag het bedrijf nooit concessies over doen. Wat nu gebeurd is, is dus zeer ernstig voor Quick.' Van Wijk benadrukt dat hij het dossier niet kent, maar toch enkele algemene regels voor crisiscommunicatie kan toepassen.

'Eets wat fout is, kan je nooit rektrekken, ook niet met een expert in communicatie. Maar je kan wel proberen om de schade te beperken. Dat doe je door onmiddellijk te reageren, want de korte pijn is de beste. Quick moet het boetekleed aantrekken en melden dat de gezondheid en het vertrouwen van hun klanten hun absolute prioriteit is. De keten moet meedelen dat ze onmiddellijk een diepgaand onderzoek zullen voeren en alle

medewerking zullen verlenen, zodat dit in de toekomst niet meer zal gebeuren. De zaak minimaliseren, zoals zeggen dat er alleen maar iets aan de hand was met de koelkast, is niet verstandig. Klanten willen nu weten of ze wel nog in alle veiligheid een hamburger van Quick mogen eten. Daarom moet de keten ook het eigen controlesysteem in vraag stellen. Zeggen dat daarmee niets aan de hand is, is hoogst ongelukkig.' (EMS)